

Preissetzung in Österreich vor und nach der Euro-Bargeldumstellung – Was hat sich in den letzten fünf Jahren verändert?

In der vorliegenden Studie wird untersucht, ob sich der Preisanpassungsprozess in Österreich seit der Euro-Bargeldumstellung zu Jahresbeginn 2002 geändert hat. Dazu werden anhand von Mikropreisbeobachtungen Häufigkeit und Ausmaß von Preisanpassungen, sektorale und saisonale Unterschiede sowie das Preisgefüge (Stichwort attraktive Preise) analysiert. Für die Analyse wurde ein Datensatz für den Zeitraum 1996 bis Mitte 2006 verwendet. Neben der Bestätigung der aus früheren Untersuchungen bekannten Ergebnisse – Preisanpassungen erfolgen im Durchschnitt etwa einmal pro Jahr, allerdings gibt es starke sektorale Unterschiede – zeigt sich ein auch nach der Bargeldumstellung unverändertes saisonales Muster der Preisanpassungshäufigkeit mit jeweils deutlichen Spitzen im Jänner.

Zum Zeitpunkt der Euro-Bargeldumstellung selbst lassen sich zwar mehr, jedoch geringfügigere Preisänderungen als sonst beobachten. Da sich überdies die Preisanpassungen nach oben und nach unten in etwa die Waage hielten, kann insgesamt – wie bereits in anderen Studien festgehalten – kein signifikanter Inflationseffekt der Euro-Einführung festgestellt werden.

Der Anteil attraktiver Preise (Preise, die auf 9 oder 90 enden, und runde Preise) betrug vor der Bargeldumstellung noch über 60% und brach in den ersten Monaten nach der Umstellung auf etwas mehr als 20% ein. Im Lauf der folgenden drei bis vier Jahre näherte sich der Anteil allerdings wieder dem vor der Bargeldumstellung registrierten Wert. Aus diesen Ergebnissen lässt sich schließen, dass sich die Preissetzungsgewohnheiten und auch das Preisgefüge der österreichischen Verbraucherpreise nach der Bargeldumstellung nicht wesentlich geändert haben.

Ernst Glatzer,
Fabio Rumler

1 Einleitung

In den letzten Jahren haben einige Zentralbanken im Euroraum – darunter auch die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) – die Preissetzung verstärkt auf der Mikroebene, das heißt mithilfe einer großen Anzahl von Einzelpreisdaten, untersucht. Aus diesen Untersuchungen wurden empirische Erkenntnisse über den Preisanpassungsprozess im Allgemeinen und über das Ausmaß sowie die Bestimmungsgründe von Preisrigiditäten im Besonderen für die jeweiligen Länder gewonnen.¹ Diese Erkenntnisse sind für Zentralbanken von großer Bedeutung, da das Ausmaß von Preisrigiditäten unter anderem über die Stärke der Auswir-

kungen der Geldpolitik auf die Realwirtschaft entscheidet. Die Euro-Bargeldumstellung und die Zeit danach standen bei diesen Untersuchungen meist aufgrund fehlender Daten nicht im Vordergrund. Die vorliegende Studie beschäftigt sich daher verstärkt mit dieser Periode.

Die Einführung des Euro-Bargelds zu Jahresbeginn 2002 hat für die Unternehmen eine Änderung der Referenzgröße in der Preissetzung mit sich gebracht. Auch aus Sicht der Konsumenten hat sich die Referenzgröße beim Preisvergleich durch die Bargeldumstellung geändert. Gemäß der ökonomischen Theorie sollte die Änderung der Recheneinheit – nach einer Übergangsperiode – keine Aus-

Wissenschaftliche
Begutachtung:
Patrick Lünemann,
Banque Centrale du
Luxembourg.

¹ Für eine Zusammenfassung der Ergebnisse dieser Untersuchungen siehe Dhyne et al. (2006).

wirkungen auf die Preisbildung haben.

Laut einer früheren Untersuchung der OeNB zur Preissetzung in Österreich hat die Euro-Bargeldumstellung vorübergehend zu einem Anstieg der Häufigkeit von Preisanpassungen geführt.² Der für diese Untersuchung zur Verfügung stehende Datensatz mit den Mikropreisen, die dem Verbraucherpreisindex (VPI) zugrunde liegen, endete allerdings im Jahr 2003. In der vorliegenden Studie wird nun die Preisbildung in Österreich nach der Euro-Bargeldeinführung anhand eines bis Mitte des Jahres 2006 verlängerten Datensatzes genauer untersucht. Dabei soll der für die Geldpolitik relevanten Frage nachgegangen werden, ob sich Ausmaß und Bestimmungsfaktoren von Preisrigiditäten nach der Bargeldumstellung verändert haben.

Konkret wird in dieser Studie untersucht, ob die aus der früheren Untersuchung abgeleiteten „stilisierten Fakten“ der Preissetzung bei den österreichischen Konsumentenpreisen nach wie vor Gültigkeit besitzen oder ob nun neue empirische Regularitäten erkennbar sind. Zu diesem Zweck werden die verschiedenen Größen zur Charakterisierung des Preisanpassungsprozesses (Häufigkeit von Preisänderungen, Preisdauer, durchschnittliches Ausmaß von Preisänderungen) im Zeitablauf dargestellt.

Die Euro-Bargeldumstellung hatte auch Einfluss auf das Preisgefüge in Österreich. Aus früheren Untersuchungen ist bekannt, dass ein hoher Anteil der Preise im österreichischen

Einzelhandel als attraktive Preise (psychologische Preise, Schwellenpreise, runde Preise) gesetzt wird.³ Bei der exakten Umrechnung in Euro geht diese Preisgestaltung allerdings verloren, sodass viele Euro-Preise unmittelbar nach der Bargeldumstellung nicht als attraktive Preise gesetzt waren. Der zweite Teil dieser Analyse ist der Frage gewidmet, ob sich in den fünf Jahren seit der Bargeldumstellung ein ähnliches Preisgefüge wie vor der Bargeldumstellung eingestellt hat, oder ob attraktive Preise in Euro jetzt eine geringere Rolle spielen als früher in Schilling. Diese Frage ist auch aus wirtschaftspolitischer Sicht interessant, da attraktive Preise als ein Grund für Preisrigiditäten angesehen werden⁴ und daher ein neues Preisgefüge den (geschätzten) Grad an Preisrigidität beeinflussen kann.

Die vorliegende Studie ist wie folgt aufgebaut: Kapitel 2 fasst die wichtigsten Fakten der Preissetzung in Österreich auf der Mikroebene aus einer früheren OeNB-Untersuchung zusammen. In Kapitel 3 wird mithilfe des bis 2006 verlängerten Datensatzes die Preissetzung in Österreich nach der Euro-Bargeldumstellung genauer untersucht und überprüft, ob sich die aus früheren Untersuchungen bekannten Regularitäten im Zeitablauf verändert haben. Kapitel 4 bietet eine Analyse des neuen Preisgefüges in Euro und einen Vergleich des Preisgefüges vor und nach der Bargeldumstellung in Österreich. In Kapitel 5 werden die wichtigsten Ergebnisse zusammengefasst und Schlussfolgerungen gezogen.

² Kwapił und Rumler (2005) sowie Baumgartner et al. (2005).

³ Fluch und Stix (2005).

⁴ Baumgartner et al. (2005) und Dhyne et al. (2006).

Tabelle 1

Durchschnittliche Häufigkeit und Ausmaß von Preisänderungen

	Häufigkeit von Preisänderungen	Durchschnittliche Dauer eines konstanten Preises	Häufigkeit von Preis-erhöhungen	Häufigkeit von Preis-senkungen	Durchschnittliche Preis-erhöhung	Durchschnittliche Preis-senkung
	pro Monat in %	in Monaten	pro Monat in %	pro Monat in %	in %	in %
Nach VPI-Sondergruppen						
Unverarbeitete Nahrungsmittel	24,1	7,5	12,6	11,1	19,6	22,0
Verarbeitete Nahrungsmittel	12,8	7,9	6,8	5,8	14,8	16,1
Energie	40,1	4,8	20,7	19,3	5,1	4,4
Nicht energetische Industriegüter	10,2	11,5	5,4	4,3	13,2	18,6
Dienstleistungen	12,3	18,5	7,5	4,6	8,4	9,3
<i>Marktbasierte Dienstleistungen</i>	16,9	15,5	10,0	6,7	7,7	10,1
<i>Regulierte Dienstleistungen</i>	5,2	22,2	3,6	1,5	9,4	7,8
Insgesamt	15,0	11,3	8,2	6,4	11,4	14,1

Quelle: OeNB, Statistik Austria.

Anmerkung: Untersuchungsperiode Jänner 1996 bis Dezember 2003.

2 Stilisierte Fakten der Preissetzung in Österreich – Evidenz aus Einzelpreisdaten

Die Analyse basiert auf monatlichen Preisaufzeichnungen fast aller im Warenkorb des österreichischen VPI enthaltenen Güter und Dienstleistungen.⁵ Der verwendete Datensatz wurde der OeNB von Statistik Austria für ein früheres Forschungsprojekt zur Verfügung gestellt und enthält insgesamt 3,6 Millionen Preisdaten von rund 700 Produkten aus dem Zeitraum Jänner 1996 bis Dezember 2003.⁶ Für jede im Datensatz enthaltene Preisaufzeichnung eines spezifischen Produkts in einem bestimmten Monat sind zudem noch Angaben über das Geschäft (in anonymisierter Form), die Produktcharakteristika und die Einheit (Anzahl oder Gewicht) verfügbar. Mithilfe dieser Informationen ist es möglich,

die Häufigkeit und das Ausmaß von Preisänderungen eines bestimmten Produkts, z. B. Bananen einer bestimmten Marke, in einem bestimmten Geschäft über die Zeit zu beobachten. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse der Analyse präsentiert.

2.1 Im Durchschnitt werden 15% aller Preise monatlich angepasst

Als Maß für die Charakterisierung des Preisänderungsprozesses wird die durchschnittliche Häufigkeit von Preisänderungen (durchschnittlicher Anteil der monatlichen Preisänderungen eines Produkts im gesamten Betrachtungszeitraum) verwendet. Um ein Bild über die Preisänderungshäufigkeit in den verschiedenen Sektoren der österreichischen Wirtschaft zu erhalten, wird die Häufigkeit der Preisänderungen für die einzelnen

⁵ Einige Produkte, wie z. B. Zigaretten, Tageszeitungen oder auch Autos, wurden von Statistik Austria aus Vertraulichkeitsgründen aus dem Datensatz ausgeschlossen. Insgesamt ergab sich ein Abdeckungsgrad des gesamten VPI-Warenkorbs von rund 90%.

⁶ Für nähere Angaben zum Datensatz siehe Baumgartner et al. (2005).

Produkte auf Ebene der fünf von der Europäischen Zentralbank (EZB) definierten Sondergruppen⁷ sowie auf der Gesamttaggregatsebene des VPI zusammengefasst (Tabelle 1). Aus der letzten Zeile von Tabelle 1 geht hervor, dass über alle Produkte hinweg jeden Monat durchschnittlich 15 % aller Preise geändert werden, was impliziert, dass die Konsumentenpreise in Österreich im Durchschnitt etwa alle elf Monate angepasst werden. Im Vergleich zu anderen Ländern des Euroraums liegt Österreich mit dieser Preisänderungshäufigkeit im Mittelfeld.⁸

2.2 Starke sektorale Unterschiede in der Preisanpassungshäufigkeit

Wie ebenfalls aus Tabelle 1 hervorgeht, ist die durchschnittliche Häufigkeit von Preisänderungen bei unverarbeiteten Nahrungsmitteln und Energieprodukten mit 24 % bzw. 40 % relativ hoch. Dies ist durch den starken Einfluss von Angebotsfaktoren auf die Preise dieser Güter zu erklären, etwa aufgrund der saisonalen Preisschwankungen von frischen Nahrungsmitteln oder der Abhängigkeit der Energiepreise von den volatilen Preisentwicklungen auf dem internationalen Erdölmarkt. Im Gegensatz dazu werden die Preise von Industriegütern und Dienstleistungen im Durchschnitt relativ selten angepasst (10 % bzw. 12 % Preisänderungshäufigkeit). Bei den Dienstleis-

tungen tragen vor allem preisregulierte Dienstleistungen (5 %), wie etwa die im Warenkorb erfassten Abgaben und Gebühren an Gebietskörperschaften, zu dieser niedrigen Preisänderungshäufigkeit bei, während die auf Märkten angebotenen Dienstleistungen (z. B. Dienstleistungen im Freizeitbereich und im Gastgewerbe) mit einer Änderungshäufigkeit von 17 % weit flexiblere Preise aufweisen.⁹

2.3 45 % aller Preisänderungen sind Preissenkungen

Betrachtet man die Preisänderungen getrennt nach Preiserhöhungen und -senkungen, so zeigt sich, dass die Preise im VPI-Aggregat durchschnittlich etwas häufiger angehoben (8,2 %) als gesenkt (6,4 %) wurden (Tabelle 1). 45 % aller Preisänderungen sind folglich Preissenkungen, was dem gängigen Vorurteil widerspricht, dass Preise hauptsächlich nach oben und kaum nach unten angepasst werden. Eine Ausnahme von diesem Muster stellt die Sondergruppe Dienstleistungen dar (vor allem regulierte Dienstleistungen), in der es deutlich häufiger zu Preisanhebungen (7,5 %) als zu Preissenkungen (4,6 %) kam.

2.4 Durchschnittliches Ausmaß der Preisänderungen mehr als 10 %

Aus den letzten beiden Spalten von Tabelle 1 geht hervor, dass das Ausmaß der beobachteten Preisänderungen im Vergleich zur Inflations-

⁷ Unverarbeitete Nahrungsmittel, verarbeitete Nahrungsmittel, nicht energetische Industriegüter, Energie, Dienstleistungen.

⁸ Vergleiche Dhyne et al. (2006).

⁹ Der Vergleich der Häufigkeit der Preisänderungen in der ersten Spalte von Tabelle 1 mit der aus den Häufigkeiten abgeleiteten durchschnittlichen Dauer eines konstanten Preises in der zweiten Spalte offenbart ein hohes Maß an Heterogenität auch zwischen einzelnen Produkten innerhalb der Sondergruppen. So ist beispielsweise die weit längere durchschnittliche Dauer von konstanten Preisen bei den Dienstleistungen (18 Monate) im Vergleich zu den nicht energetischen Industriegütern (13 Monate) bei einer ähnlichen durchschnittlichen Häufigkeit auf einige Produkte innerhalb der Dienstleistungsgruppe mit extrem langen Preisdauern zurückzuführen.

rate beträchtlich sein kann und dass Preissenkungen etwas größer sind als Preiserhöhungen: Das durchschnittliche Ausmaß aller Preiserhöhungen belief sich auf 11,4%, während Preissenkungen im Durchschnitt 14,1% betragen. Diese Asymmetrie kann zum Großteil dadurch erklärt werden, dass Preissenkungen häufig im Zuge von Aktionen und Ausverkäufen vorgenommen werden, die üblicherweise im Vergleich zu den restlichen Preissenkungen ein größeres Ausmaß aufweisen.

2.5 Deutliches saisonales Muster bei Häufigkeit und Ausmaß von Preisänderungen

In Grafik 1 ist die Häufigkeit von Preisänderungen für jeden einzelnen Monat dargestellt. Dabei ist ein deutliches saisonales Muster mit jährlichen Spitzen jeweils im Jänner zu erkennen. Dies ist ein Indiz dafür, dass viele Firmen ihre Preise zum Jahreswechsel anpassen. Weiters geht aus Grafik 1 hervor, dass – unter Berücksichtigung der trendmäßigen Entwicklung – die Häufigkeit der Preisänderungen ab dem Jahr 2000 höher ist als davor, was (zumindest grafisch) mit dem Anstieg der aggregierten Inflationsrate im Jahr 2000 zusammenfällt. Die beiden unteren Linien in Grafik 1 zeigen weiters, dass Preiserhöhungen und -senkungen grob betrachtet ein ähnliches saisonales Muster mit Spitzen im Jänner und auch die gleiche Trendentwicklung – mit einem Anstieg im Jahr 2000 – aufweisen.

Grafik 2 zeigt das durchschnittliche Ausmaß aller Preisänderungen ebenfalls für die einzelnen Monate, und zwar sowohl den Absolutbetrag aller Preisänderungen für den gesamten Warenkorb als auch getrennt nach Preiserhöhungen und -senkungen.

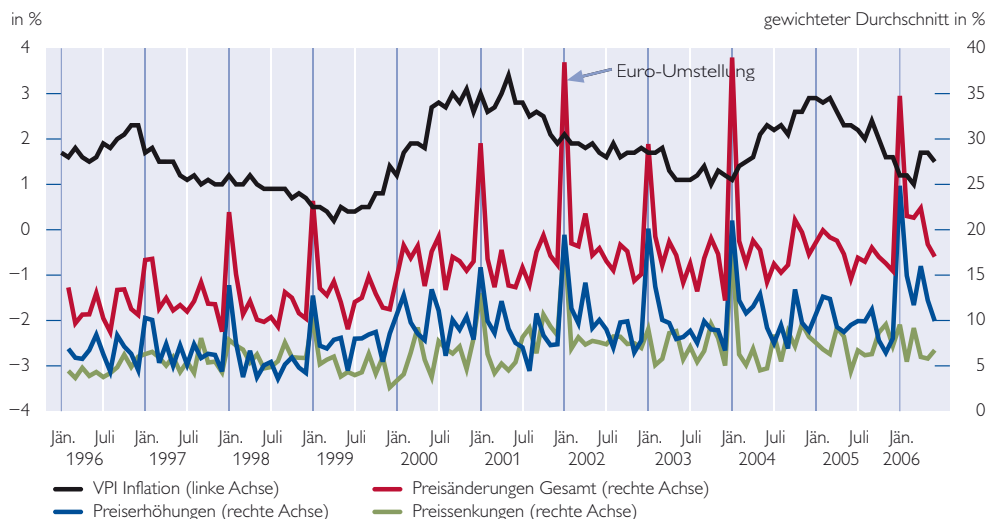
Dabei ist zu erkennen, dass das Ausmaß der Preisänderungen ebenfalls saisonalen Schwankungen unterliegt. Getrennt nach Preiserhöhungen und -senkungen betrachtet, zeigt sich, dass die Spitzen auf besonders starke Preissenkungen im Juli und zum Teil auch im August zurückzuführen sind. Dies spiegelt vor allem die starken Preisnachlässe im Bekleidungssektor im Zuge des Sommerschlussverkaufs wider. Ein ähnlicher Effekt ist auch im Jänner als Folge des Winterschlussverkaufs zu beobachten. Da allerdings im Jänner die Preiserhöhungen jeweils einen unterdurchschnittlichen Wert aufweisen, schlägt sich der Winterschlussverkauf nicht so deutlich in der (roten) Linie für das Ausmaß aller Preisänderungen zusammen genommen nieder.

3 Preisbildung nach der Euro-Bargeldumstellung – empirische Regularitäten im Zeitablauf

Der Datensatz der früheren Untersuchung (1996 bis 2003) umfasste zwar die Zeit der Euro-Bargeldumstellung, doch ist er zu kurz für eine fundierte Beurteilung, ob sich die empirischen Charakteristika der Preissetzung (Häufigkeit und Ausmaß von Preisänderungen, saisonale Muster) vor und nach der Bargeldumstellung voneinander unterscheiden. Aus diesem Grund wurde ein Update des alten Datensatzes durchgeführt, indem die monatlichen Preisaufzeichnungen des österreichischen VPI auch für den Zeitraum von Jänner 2004 bis Juni 2006 von Statistik Austria erworben wurden. Der neue Datensatz enthält genau dieselben Informationen (Preise, Mengen, Geschäftscodes etc.) wie der bisherige und kann daher problemlos an diesen angehängt werden.

Grafik 1

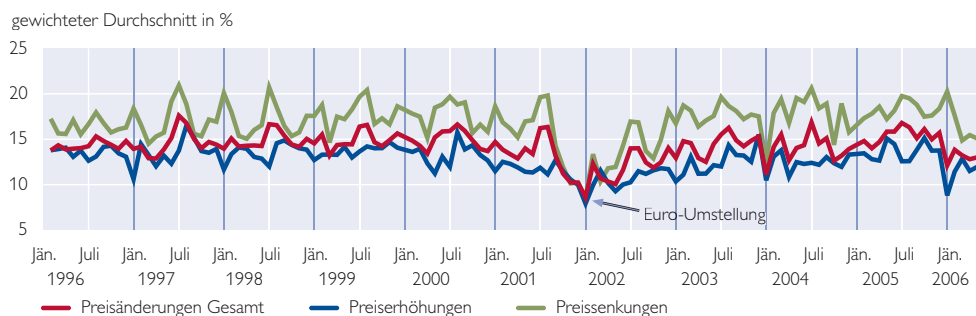
**Häufigkeit der Preisänderungen und Inflationsrate
 von Jänner 1996 bis Juni 2006**



Quelle: OeNB, Statistik Austria.

Grafik 2

Ausmaß der monatlichen Preisänderungen von Jänner 1996 bis Juni 2006



Quelle: OeNB, Statistik Austria.

Grafik 1 zeigt die durchschnittliche monatliche Häufigkeit der Preisänderungen für alle im VPI enthaltenen Produkte für den nun verlängerten Datensatz von Jänner 1996 bis Juni 2006. Grafik 2 zeigt das durchschnittliche Ausmaß der Preisänderungen sowie der Preisanhebungen und -senkungen ebenfalls für den verlängerten Datensatz. Bei beiden Gra-

fiken entspringt die Darstellung bis Ende 2003 den Berechnungen aus dem alten Datensatz und danach den Berechnungen auf Basis der neuen Daten.¹⁰ Anhand der beiden Grafiken können nun die Charakteristika der Preissetzung sowohl für die Zeit während der Euro-Bargeldumstellung, als auch im Vergleich vor und nach der Bargeldumstellung untersucht werden.

¹⁰ Die Gewichte für die Berechnung der gewichteten Durchschnitte sind die für die jeweiligen Warenkörbe gültigen VPI-Gewichte. Dies bedeutet konkret, dass die Gewichte zwischen den Perioden 1996 bis 1999, 2000 bis 2005 und für 2006 leicht unterschiedlich, innerhalb dieser Perioden aber konstant sind.

3.1 Häufigere, dafür kleinere Preisänderungen im Zuge der Euro-Bargeldumstellung

Bei der monatlichen Häufigkeit der Preisänderungen ist im Jänner 2002 ein auffälliger und starker Anstieg auf knapp 40 % zu beobachten, der auch stärker ausfiel als in den jeweils ersten Monaten der Jahre davor (Grafik 1).¹¹ Es ist somit evident, dass die Bargeldeinführung des Euro zu mehr Preisanpassungen als sonst üblich geführt hat. Rund 40 % aller Preise in dem betrachteten Datensatz wurden in zeitlicher Übereinstimmung mit der Bargeldumstellung geändert – das bedeutet aber gleichzeitig auch, dass rund 60 % aller Preise auf den Cent genau umgerechnet wurden.

Interessant ist weiters die Frage, ob die Preise dabei hauptsächlich nach oben angepasst wurden und damit einen Aufwärtsdruck auf die Inflationsrate ausgeübt haben. Grafik 1 zeigt, dass sich die Preisänderungen von Dezember 2001 auf Jänner 2002 ziemlich genau zur Hälfte auf Preiserhöhungen (blaue Linie) und Preissenkungen (grüne Linie) aufteilen und sich damit in ihrer Wirkung auf die Inflationsrate gegenseitig neutralisieren. In den Monaten unmittelbar nach der Bargeldumstellung ist zwar ein Überhang der Preiserhöhungen zu beobachten, dieser unterscheidet sich aber nicht wesentlich von den Saisonmustern in den anderen Jahren (vergleiche etwa mit den ersten Jahreshälften 2001 und 2004) und kann

daher nicht auf die Bargeldumstellung zurückzuführen sein.

Auch beim Ausmaß der Preisänderungen (Grafik 2) ist in der Zeit der Euro-Bargeldumstellung eine auffällige Entwicklung zu beobachten: Etwa ab Mitte 2001 nimmt das durchschnittliche Ausmaß der Preisänderungen deutlich ab (und zwar sowohl für Preisanhebungen als auch für -senkungen), erreicht im Jänner 2002 mit weniger als 10 % einen Tiefpunkt und kehrt erst gegen Ende 2002 auf das zuvor registrierte Niveau zurück. Damit zeigt sich, dass die Bargeldumstellung die Preissetzung in Österreich nicht nur im Jänner 2002, sondern auch im halben Jahr davor und danach beeinflusst hat. Die Konsumentenpreise wurden in dieser Zeit zwar häufiger, dafür aber in geringerem Ausmaß angepasst. Dies ist vermutlich unter anderem auf das Preismonitoring der Euro-Preiskommission in der Zeit vor, während und nach der Euro-Bargeldumstellung zurückzuführen. Angesichts der genauen Preiskontrolle, der Beschwerdebehandlung und der Möglichkeit der Einleitung eines Verfahrens gegen „Preissünder“ durch diese Kommission – in Verbindung mit der Preisbeobachtung durch andere Institutionen wie z. B. der Arbeiterkammer – dürfte der Großteil der Wirtschaftstreibenden von überzogenen Preiserhöhungen im Zuge der Bargeldumstellung abgesehen haben.¹²

¹¹ Aufgrund zweier Umstellungen in der Zusammensetzung des Warenkorbs (jeweils zu Jahresbeginn 2000 und 2005) und den daraus folgenden Definitionsänderungen bei vielen Produkten sind alle Preisänderungen von Jänner 2000 und Jänner 2005 aus der Analyse ausgeklammert und daher auch in den Grafiken 1 und 2 nicht berücksichtigt; siehe Baumgartner et al. (2005).

¹² Diese im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit eingerichtete Kommission hat auf Basis des Euro-Währungsangabengesetzes (EWAG; Bundesgesetzblatt I Nr. 110/1999) die Preispolitik der Unternehmen während der Gültigkeit des EWAG von 2000 bis Ende 2002 genau beobachtet. Das EWAG enthielt neben der Verpflichtung zur doppelten Preisauszeichnung auch ein Verbot von ungerechtfertigten Preiserhöhungen infolge der Bargeldumstellung unter Androhung empfindlicher Verwaltungsstrafen.

Weiters fällt auf, dass in der Phase der Bargeldumstellung die Preise im Durchschnitt etwa im selben Ausmaß nach oben wie nach unten geändert wurden. Damit wird das Ergebnis früherer OeNB-Untersuchungen, laut denen die Euro-Bargeldumstellung keinen merkbaren Effekt auf die österreichische Inflationsrate hatte,¹³ auch anhand von Einzelpreisdaten bestätigt.

3.2 Nach der Euro-Bargeldumstellung insgesamt mehr Preisanpassungen als davor

Betrachtet man das Muster der monatlichen Häufigkeit der Preisanpassungen in Grafik 1, so findet sich kein auffälliger Unterschied zwischen der Periode unmittelbar vor der Bargeldumstellung (2000 bis 2001) und der Zeit danach (2002 bis 2006): Die Häufigkeit schwankt – mit wenigen Ausnahmen insbesondere im Jänner – zwischen 13 % und 20 % und es ist kein eindeutiger Trend über die Zeit zu erkennen.

Sehr wohl lässt sich jedoch eine Trendverschiebung in der mittleren Häufigkeit der Preisanpassungen ab dem Jahr 2000 erkennen: Für diesen Zeitraum liegt die Häufigkeit der Preisanpassungen im Durchschnitt um etwa 5 Prozentpunkte über den Werten vor 2000 – siehe auch Tabelle 2 für eine Aufgliederung nach Perioden und VPI-Sondergruppen. Worauf ist nun diese Trendverschiebung im Jahr 2000 zurückzuführen? Erstens könnte sie, wie zuvor erwähnt, mit dem Anstieg der Inflationsrate im Jahr 2000 und den seither

höheren Werten in Verbindung stehen. Denn die Inflationsrate ergibt sich als Produkt der Häufigkeit und des Ausmaßes der Preisanpassungen. Wenn das Ausmaß der Preisanpassungen über die Zeit relativ konstant bleibt (wie aus Grafik 2 ersichtlich), ist eine steigende Inflationsrate – bei konstanten Gewichten – nur durch einen Anstieg der Häufigkeit der Preisanpassungen erklärbar.

Weiters hat es im Bereich der Netzwerkindustrien um das Jahr 2000 eine Reihe von Marktöffnungs- und Liberalisierungsmaßnahmen gegeben, die ebenfalls einen Einfluss auf die Preisanpassungshäufigkeit gehabt haben dürften. Im Jahr 1998 wurden die Telekommunikationsdienstleistungen in Österreich vollständig liberalisiert und im Jahr 2001 wurde der österreichische Strommarkt sowie im Folgejahr auch der Gasmarkt für private Anbieter geöffnet.¹⁴ Die neue Wettbewerbsstruktur auf diesen Märkten führte zu häufigeren Preisanpassungen sowohl durch die neuen Anbieter als auch durch die ehemaligen Monopolbetriebe. Als Beispiel sei hier die COICOP¹⁵-Gruppe „Nachrichtenübermittlung“ erwähnt: Im Durchschnitt der Periode 1996 bis 1999 wurden in dieser Gruppe 5,8 % aller Preise monatlich angepasst, während es im Zeitraum 2000 bis 2006 mit 11,5 % etwa doppelt so viele waren. Da die Häufigkeit von Preissenkungen nach 2000 mit 8,2 % weit größer war als die der Preisanhebungen mit 2,9 %, ergab sich durch die erwähnten Maßnahmen insgesamt ein inflations-

¹³ Fluch und Rumler (2005) sowie Kwapił und Rumler (2005).

¹⁴ Fluch und Rumler (2005).

¹⁵ Classification Of Individual Consumption Purpose. Dies ist eine internationale Klassifizierung der VPI-Komponenten in zwölf Untergruppen nach dem Konsumzweck.

Tabelle 2

Durchschnittliche Häufigkeit der Preisänderungen für verschiedene Betrachtungszeiträume¹

pro Monat in %

	Vor der Bargeldumstellung	Nach der Bargeldumstellung	Alter Warenkorb	Neuer Warenkorb	Gesamte Periode
	Jänner 1996 bis Dezember 2001	Jänner 2002 bis Juni 2006	Jänner 1996 bis Dezember 1999	Jänner 2000 bis Juni 2006	Jänner 1996 bis Juni 2006
Nach VPI-Sondergruppen					
Unverarbeitete Nahrungsmittel	22,0	28,9	20,4	28,1	25,0
Verarbeitete Nahrungsmittel	12,3	14,4	11,2	14,6	13,2
Energie	38,8	47,4	35,6	47,8	42,2
Nicht energetische Industriegüter	9,2	12,1	8,5	11,8	10,6
Dienstleistungen	10,9	15,9	9,3	15,7	13,4
<i>Marktbasierte Dienstleistungen</i>	15,0	22,3	12,6	22,0	18,4
<i>Regulierte Dienstleistungen</i>	4,7	5,5	4,1	5,9	5,4
Insgesamt	13,8	18,2	12,4	18,0	15,8

Quelle: OeNB, Statistik Austria.

¹ In den Berechnungen für die Betrachtungszeiträume, die mit Juni 2006 enden, ist der Monat Jänner mit seinen häufigen Preisänderungen überdurchschnittlich oft enthalten. Dadurch könnte im Vergleich zu den anderen Betrachtungszeiträumen, die nur volle Jahre enthalten, die Häufigkeit der Preisänderungen etwas nach oben verzerrt sein. Die Verzerrung dürfte aber tatsächlich gering sein, da eine Alternativberechnung für den Zeitraum nach der Bargeldumstellung bis Ende 2005 mit 17,8% eine nur geringfügig niedrigere Preisänderungshäufigkeit als für den bis Mitte 2006 dauernden Zeitraum (18,2%) ergibt.

dämpfender Effekt. Ein ähnliches, nicht ganz so stark ausgeprägtes Muster für die Zeiträume vor und nach dem Jahr 2000 ist bei der Sondergruppe „Energie“ zu beobachten (Tabelle 2).

Schließlich gibt es noch einen weiteren Erklärungsfaktor für die Trendverschiebung in der Preisanpassungshäufigkeit im Jahr 2000: In diesem Jahr wurde zur Berechnung der Inflationsrate ein neuer Warenkorb definiert, der ein neues Gewichtungsschema sowie einige neue Produkte enthält. Zusätzlich hat es laut Statistik Austria anlässlich der Einführung des neuen Warenkorbs auch Umstellungen in der Datenerhebung gegeben, die einen Einfluss auf die Häufigkeit der Preisänderungen gehabt haben könnten: Die Anzahl der Geschäfte sowie der erhobenen Preise wurde ausgedehnt, es wurden gemäß den Konsumgewohnheiten mehr Supermärkte – mit vermutlich flexiblerer Preissetzung – und weniger Fach-

geschäfte besucht, die Qualität der Preiserhebung und -statistik wurde generell verbessert. Falls diese Maßnahmen großen Einfluss auf die erhobenen Daten hatten, wäre der Anstieg der Preisänderungshäufigkeit mit dem Übergang zum neuen Warenkorb zumindest teilweise ein statistisches Artefakt. Der Anstieg im Jahr 2000 dürfte somit teilweise auf ökonomische und teilweise auf statistische Gründe zurückzuführen sein.

Das saisonale Muster der Preisanpassungen, vor allem die deutlichen Spitzen jeweils im Jänner, hat sich auch nach der Euro-Bargeldumstellung nicht verändert, wobei die Jännerspitzen nach dem Jahr 2002 noch deutlicher ausgeprägt sind als davor (Grafik 1). Bemerkenswert sind vor allem die Jännerwerte der Jahre 2004 und 2006, die ähnlich hoch sind wie im Umstellungsmonat Jänner 2002. Dadurch wird die zuvor getroffene Aussage wieder etwas relativiert, dass die Euro-Bargeldumstellung zu einem

unübertroffenen Anstieg der Preisanpassungen geführt habe.¹⁶ Anhand des neuen Datensatzes lässt sich somit feststellen, dass das Phänomen der Preisanpassung vorwiegend zu Jahresbeginn unabhängig von der Euro-Bargeldumstellung in den letzten Jahren weiter zugenommen hat.

Einzigartig bleibt allerdings die Bargeldumstellung hinsichtlich des Ausmaßes der Preisänderungen: Aus Grafik 2 geht hervor, dass der in Abschnitt 3.1 erwähnte deutliche Rückgang in der Zeit um die Bargeldumstellung nur vorübergehend war. Im Lauf des Jahres 2003 ist das Ausmaß der Preisanpassungen wieder auf sein zuvor registriertes durchschnittliches Niveau von rund 15 % zurückgekehrt und bewegt sich seither um dieses Niveau. Damit hat die Euro-Bargeldumstellung die Preissetzung in Österreich etwa eineinhalb Jahre lang – beginnend um die Jahresmitte 2001 bis Anfang 2003 – beeinflusst. Ungewöhnliche kurzfristige Rückgänge im Ausmaß der Preisänderungen waren dann wieder im Jänner 2004 sowie im Jänner 2006 zu verzeichnen, was im Zusammenhang mit dem zuvor diskutierten Phänomen steht, dass Preisanpassungen in den letzten Jahren häufiger im Jänner, dafür aber in geringerem Ausmaß erfolgen.¹⁷

4 Das Preisgefüge vor und nach der Euro-Bargeldumstellung

Im österreichischen Einzelhandel spielen sogenannte attraktive Preise eine wichtige Rolle. Sie haben Signalcharakter, sollen die Konsumenten zu Impulskäufen anregen und bieten Orientierungshilfen im Preisgefüge.¹⁸ Die häufigste Ausprägung von attraktiven Preisen sind die sogenannten psychologischen Preise; das sind Preise, die auf 9 (oder 90) enden. Sie sollen den Eindruck erwecken, dass ein Produkt besonders preiswert ist, da Konsumenten dazu tendieren, die Ziffern hinter dem Komma oder die letzten Ziffern von mehrstelligen Preisen zu ignorieren.¹⁹ Weitere häufig verwendete attraktive Preise sind runde Preise (10er- oder 100er-Preise) und sogenannte fraktionale Preise (Preise, die auf 25, 50 oder 75 enden). Aus einer früheren Untersuchung der OeNB²⁰ geht hervor, dass vor der Euro-Bargeldumstellung etwa 90 % aller Preise im Lebensmitteleinzelhandel psychologische oder runde Preise waren. Eine relativ geringere Rolle spielen attraktive Preise hingegen im Energiebereich sowie bei den Dienstleistungen. Der in dieser Studie verwendete Datensatz bietet nun die Möglichkeit, die Bedeutung von attraktiven Preisen auf einer breiten Basis von ungefähr 40.000 Preisaufzeichnungen pro Monat über einen etwa 10-jährigen Beobachtungszeitraum zu analysieren. Dabei soll ins-

¹⁶ Allerdings bleibt die Häufigkeit der Preissenkungen (grüne Linie in Grafik 1) im Jänner 2002 im Vergleich zu den Jännerwerten in den anderen Jahren unübertroffen.

¹⁷ Wie bereits erwähnt, wurden die Werte für Jänner 2000 und Jänner 2005 wegen der Umstellung auf neue Warenkörbe aus der Analyse ausgeklammert.

¹⁸ Fluch und Stix (2005).

¹⁹ Dieses psychologische Phänomen wird in der volkswirtschaftlichen Literatur unter dem Begriff „rational inattention“ diskutiert und wurde etwa in Basu (1997) sowie in Bergen et al. (2006) analysiert.

²⁰ Fluch und Stix (2005).

besondere das Preisgefüge vor und nach der Euro-Bargeldumstellung unter die Lupe genommen werden.

4.1 Definition der attraktiven Preise

Für die Untersuchung des Preisgefüges und der Bedeutung von attraktiven Preisen ist eine genaue Abgrenzung des Begriffs notwendig. Grundsätzlich gibt es keine allgemein gültige Definition von attraktiven Preisen, da diese von den spezifischen Gepflogenheiten der Preissetzung auf dem untersuchten Markt und auch von der Werteinheit der Währung abhängt. In dieser Studie wird daher ein pragmatisches Vorgehen gewählt: Alle Preise, die von Unternehmen als attraktive Preise häufig verwendet werden, werden auch als solche qualifiziert. Ein Problem, das sich bei dieser Definition ergibt, stellt die Währungsumstellung im Jahr 2002 dar. Es müssen daher zwei Definitionen von attraktiven Preisen – eine für Schilling-Preise und eine andere für Euro-Preise – formuliert werden. Weiters ist zu beachten, dass je nach Größenkategorien unterschiedliche Preismuster als attraktive Preise verwendet werden. So würden wir beispielsweise 9,90 ATS als attraktiven Preis ansehen, 1.023,90 ATS wahrscheinlich aber nicht. Dies bedeutet, dass die attraktiven Preise je nach Größenkategorie unterschiedlich definiert sein sollen, damit der prozen-

tuelle Abstand zwischen zwei attraktiven Preisen gleich bleibt. Konkret werden für die Schilling-Periode im vorliegenden Sample in der Größenkategorie bis 10 ATS alle Preise als attraktiv definiert, die auf x,00, x,50 und x,90 enden. In der Kategorie von 10 bis 100 ATS gilt dies für alle Preise, die auf x0,00, x5,00 und xx,90 enden; und in der Kategorie von 100 bis 1.000 ATS sind es alle Preise, die auf xx0,00, xx5,00, xx9,00 und xxx,90 enden. Darüber sind es jeweils die Vielfachen davon. Für die Euro-Preise gilt eine äquivalente Definition, wobei die Kategorieinteilung jeweils um den Faktor 10 kleiner ist.

Diese Definition umfasst somit alle psychologischen und runden Preise bis in die oberen Preiskategorien, allerdings von den fraktionalen Preisen nur jene, die auf 50 enden – nicht jedoch auf 25 und 75, da diese Preismuster im österreichischen Einzelhandel typischerweise nicht als attraktive Preise verwendet werden. Der subjektive Gehalt der Definition ist somit evident, wobei die Definition als eine Art oberer Rahmen für die Anzahl der tatsächlich von den Anbietern beabsichtigten attraktiven Preise zu sehen ist. Der Nachteil, dabei möglicherweise zu viele Preise als attraktiv einzustufen, wird als weniger problematisch erachtet als wichtige attraktive Preise zu „übersehen“.²¹

²¹ Für eine Sensitivitätsanalyse wurde die Untersuchung auch mit einer alternativen, etwas engeren Definition von attraktiven Preisen durchgeführt, in der keine auf xx5,00 und auf xxx,90 endenden Preise über 100 ATS enthalten sind. Die Ergebnisse bezüglich des Anteils von attraktiven Preisen in verschiedenen Gütergruppen (Tabelle 3) sowie über die Zeit (Grafik 3) ändern sich qualitativ nicht, lediglich das Niveau ist im Durchschnitt um etwa 7 Prozentpunkte geringer.

Tabelle 3

Anteil der attraktiven Preise vor und nach der Euro-Bargeldumstellung		
ungewichteter Durchschnitt in %	Vor der Bargeld- umstellung	Nach der Bargeld- umstellung
	Jänner 1996 bis Dezember 2001	Jänner 2002 bis Juni 2006
Nach VPI-Sondergruppen		
Unverarbeitete Nahrungsmittel	85,7	68,8
Verarbeitete Nahrungsmittel	88,5	66,7
Energie	18,1	25,9
Nicht energetische Industriegüter	60,7	55,9
Dienstleistungen	51,1	40,1
Insgesamt	62,7	52,5

Quelle: OeNB, Statistik Austria.

4.2 Vorübergehender Einbruch des Anteils von attraktiven Preisen durch die Euro-Bargeldumstellung, große Unterschiede zwischen verschiedenen Gütergruppen

Gemäß der zuvor skizzierten Definition wurde der Anteil der attraktiven Preise an allen Preisen für sämtliche Güter sowie für alle Monate ermittelt. Die in Tabelle 3 und Grafik 3 dargestellten Zahlen sind ungewichtete Durchschnitte für die verschiedenen VPI-Gütergruppen.²² Sie bestätigen die Erkenntnisse aus früheren Untersuchungen, die auf einer eingeschränkten Datenbasis beruhten, denen zufolge der relative Anteil der attraktiven Preise im Nahrungsmittelbereich am größten und im Energie- sowie im Dienstleistungssektor am geringsten ist. Bei unverarbeiteten sowie verarbeiteten Nahrungsmitteln waren im Durchschnitt der Schilling-Periode im vorliegenden Sample (1996 bis 2001) mehr als 85 % aller Preise attraktive Preise. Bei den nicht energetischen Industriegütern waren

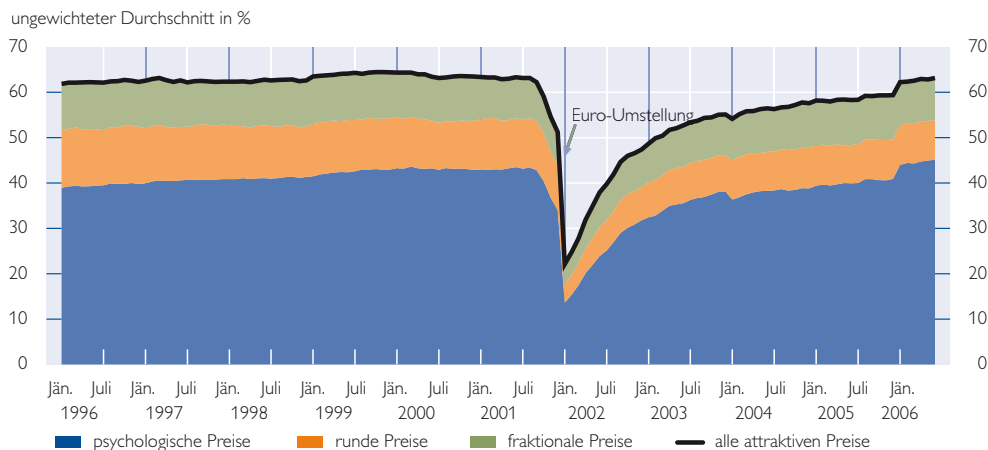
es nur mehr 60 %, bei den Dienstleistungen rund 50 % und im Energiebereich 18 %.

In der Periode nach der Euro-Bargeldumstellung sind die Anteile der attraktiven Preise zum Teil beträchtlich geringer, was darauf hindeutet, dass die Bargeldumstellung deutlichen Einfluss auf das Preisgefüge der österreichischen Konsumentenpreise hatte. Eine beachtenswerte Ausnahme von diesem Muster bildet der Energiesektor, in dem der Anteil der attraktiven Preise nach der Bargeldumstellung auf etwa 26 % gestiegen ist. Dies könnte – neben anderen Faktoren – auf die Liberalisierungsschritte auf dem österreichischen Strom- und Gasmarkt in den Jahren 2001 und 2002 zurückzuführen sein, die offenbar zu einer verstärkten Verwendung von attraktiven Preisen in diesem Bereich führten. Insgesamt vermitteln die Ergebnisse allerdings den Eindruck, dass attraktive Preise in Euro eine geringere Rolle als in Schilling spielen. Die Frage, ob dies eine permanente Änderung des Preis-

²² Eine Gewichtung bei der Aggregation würde sich in diesem Fall verzerrend auswirken, da im Warenkorb vor allem Dienstleistungen (mit relativ wenigen attraktiven Preisen) ein höheres Gewicht besitzen und damit das Ergebnis nach unten verzerren würden. Auch das bloße Addieren der aufgezeichneten attraktiven Preise über alle Güter hinweg würde das Ergebnis zugunsten von dezentral erhobenen Produkten (mit vielen Preisaufzeichnungen) gegenüber zentral erhobenen Produkten und Dienstleistungen verzerren. Zur Problematik der zentralen und dezentralen Preiserhebung siehe Baumgartner et al. (2005).

Grafik 3

Anteil der attraktiven Preise von Jänner 1996 bis Juni 2006



Quelle: OeNB, Statistik Austria.

gefüges im österreichischen Einzelhandel darstellt oder nur in der Übergangsphase auftrat, lässt sich mithilfe des in Grafik 3 dargestellten Anteils der attraktiven Preise im Zeitablauf beantworten.

Grafik 3 zeigt für jeden Monat von Anfang 1996 bis Mitte 2006 den Anteil der attraktiven Preise untergliedert in psychologische, runde und fraktionale Preise. Dabei lässt sich erkennen, dass der größte Teil der attraktiven Preise psychologische Preise sind (blaue Fläche; im Durchschnitt etwa 40% aller Preise bzw. zwei Drittel der attraktiven Preise), gefolgt von den runden Preisen (orange Fläche; 17% der attraktiven Preise) und den fraktionalen – auf 5 oder 50 endenden – Preisen (grüne Fläche; 16% der attraktiven Preise). Diese relativen Anteile haben sich auch über die Zeit kaum verändert. Lediglich der Anteil der psychologischen Preise hat auf Kosten der runden Preise im Zeitablauf etwas zugenommen.

Insgesamt bewegte sich der Anteil der attraktiven Preise seit Jänner 1996 bis zum dritten Quartal 2001

relativ konstant auf einem Niveau zwischen 62% und 64%. Ab Oktober 2001 reduzierte sich der Anteil drastisch und erreichte im Umstellungsmonat Jänner 2002 mit 22% seinen tiefsten Wert. Im Lauf des Jahres 2002 erhöhte sich der Anteil der attraktiven Preise am gesamten Preisspektrum wieder und erreichte zu Jahresmitte bereits 40% und zu Jahresende 2002 knapp 50%. In den Jahren 2004 und 2005 näherte sich der Anteil langsam wieder der Marke von 60%. Allerdings waren erst zu Beginn des Jahres 2006 wieder etwa gleich viele Preise als attraktive Preise gesetzt wie vor der Euro-Bargeldumstellung (rund 62%).

Diese Entwicklung spiegelt anschaulich die Preisumstellung während der Euro-Einführung wider. Durch die Währungsumstellung gehen bei genauer Umrechnung die in Schilling attraktiven Preise verloren. Das Euro-Währungsangabengesetz verpflichtete die österreichischen Anbieter, von Anfang Oktober 2001 bis Ende Februar 2002 ihre Preise sowohl in Schilling als auch in Euro anzuschreiben. Einige Geschäfte haben

offensichtlich schon im Oktober 2001 begonnen, ihre Preise im Hinblick auf die kommenden Euro-Werte zu gestalten, da sich der Anteil der attraktiven Preise in Schilling ab diesem Monat reduziert hat. Gleichzeitig ist der (nicht in Grafik 3 dargestellte) Anteil der Preise, die bereits in Euro umgerechnet auf attraktivem Niveau lagen, in den Monaten vor der Währungsumstellung deutlich gestiegen. Die meisten Wirtschaftstreibenden haben ihre Preise aber weiterhin, und zwar bis in die ersten Monate des Jahres 2002 hinein, auf Schilling-Werte ausgerichtet. Dies wird durch die angesichts der Währungsumstellung relativ große Anzahl von unveränderten Preisen zwischen Dezember 2001 und Jänner 2002 (60%) bestätigt (Grafik 1). Durch die Umstellung waren alle Preise, die im Dezember 2001 attraktiv gewesen waren und im Folgemonat nicht geändert wurden, nun in Euro nicht mehr attraktiv. Erst im Lauf des Jahres 2002 wurde das Preisgefüge offensichtlich tatsächlich auf Euro-Werte umgestellt, was sich in einem deutlichen Anstieg des Anteils der attraktiven Euro-Preise und in einem gleichzeitigen starken Rückgang des Anteils der Preise, die umgerechnet in Schilling attraktiv gewesen wären, zeigt. Die Analyse in Kapitel 3 hat gezeigt, dass dabei nicht – wie vielfach vermutet – hauptsächlich aufgerundet wurde, sondern dass sich die Rundungen nach oben und unten in etwa die Waage hielten.

Der Gebrauch von attraktiven Preisen in Euro war bis 2005 noch immer weniger häufig als zuvor in Schilling. Erst ab Anfang 2006 spielen attraktive Preise im Preisgefüge

der österreichischen Verbraucherpreise wieder eine ähnlich große Rolle wie in den Jahren vor der Bargeldumstellung. Das Preisgefüge hat sich somit durch die Währungsumstellung nicht dauerhaft verändert. Letzten Endes scheinen sich die für den österreichischen Verbrauchermarkt spezifischen Preissetzungsgepflogenheiten – allerdings nach einer relativ langen Übergangszeit – durchgesetzt zu haben.

Aus einer Untersuchung der Deutschen Bundesbank sind vergleichbare Zahlen zum Anteil der attraktiven Preise vor und nach der Bargeldumstellung auch für Deutschland verfügbar. In ihrem Monatsbericht vom Jänner 2004 berichtet die Deutsche Bundesbank, dass der Anteil der attraktiven Preise bei 25 ausgewählten Produkten von 80% im September 2001 auf etwa 40% im Jänner 2002 gesunken und bis September 2003 wieder auf rund 70% gestiegen ist.²³ Somit war auch in Deutschland das in der Zeit vor der Bargeldumstellung übliche Preisgefüge im zweiten Jahr nach der Bargeldumstellung noch nicht wieder hergestellt.

5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Aus einer Analyse von VPI-Mikropreisdaten für den Zeitraum von 1996 bis 2003 geht hervor, dass die Konsumentenpreise in Österreich im Durchschnitt etwa einmal pro Jahr angepasst werden, wobei deutliche sektorale Unterschiede bestehen. So werden die Preise von Nahrungsmitteln und Energieprodukten relativ häufig geändert, während die Preise

²³ *Angesichts der eingeschränkten Datenbasis (25 Produkte), auf der die Untersuchung der Deutschen Bundesbank beruht, ist ein direkter Vergleich des Anteils der attraktiven Preise mit den Ergebnissen der vorliegenden Studie (641 Produkten) nicht aussagekräftig; siehe auch Deutsche Bundesbank (2002).*

für Dienstleistungen seltener angepasst werden. Rund 45 % aller Preisänderungen sind Senkungen (Ausnahme: Dienstleistungssektor), die Preise werden also nicht wesentlich öfter erhöht als gesenkt. Das durchschnittliche Ausmaß der Preisanpassungen ist mit mehr als 10 % sowohl für Erhöhungen als auch für Senkungen beträchtlich.

Mithilfe der Mikrodaten lässt sich auch die Frage untersuchen, ob – wie in den Medien vielfach diskutiert – die Euro-Bargeldumstellung zu einem Inflationseffekt in Österreich geführt hat. Ebenso wie in anderen Untersuchungen zu diesem Thema kann auch in dieser Studie – zumindest im Umstellungsmonat Jänner 2002 – kein Effekt auf die aggregierte Inflationsrate festgestellt werden. Es zeigt sich zwar während der Bargeldumstellung eine größere Häufigkeit von Preisanpassungen, allerdings erfolgten diese etwa zu gleichen Teilen nach oben wie nach unten. Auch beim Ausmaß der Preisänderungen zeigt sich im Jänner 2002 eine weitgehende Symmetrie zwischen Preiserhöhungen und -senkungen. Diese Ergebnisse beziehen sich jedoch auf das Aggregat, weshalb nicht ausgeschlossen ist, dass es bei einzelnen Produkten einen ungewöhnlichen Preisanstieg gegeben haben könnte.

Insgesamt weisen die vorliegenden Berechnungen darauf hin, dass die gesetzlichen (Euro-Währungsangabengesetz) und institutionellen (Euro-Preiskommission) Maßnahmen zur Eindämmung von ungerechtfertigten Preiserhöhungen während der Umstellungsphase erfolgreich waren und damit einen merklichen Euro-Preis-

effekt, wie er in anderen Ländern registriert wurde,²⁴ verhindert haben.

Eine Analyse des bis Mitte des Jahres 2006 verlängerten Datensatzes zeigt, dass sich das saisonale Muster der Preisänderungshäufigkeit und des Ausmaßes der Preisänderungen seit der Bargeldumstellung kaum geändert hat, dass allerdings die Häufigkeit der monatlichen Preisanpassungen im Zeitablauf zugenommen hat. Genau genommen ist die Häufigkeit der Preisanpassungen bereits ab dem Jahr 2000 gestiegen. Dies fällt mit dem Anstieg der aggregierten Inflationsrate, aber auch in etwa mit den Liberalisierungsmaßnahmen bei den Netzwerkindustrien (Telekommunikation, Strom und Gas) zusammen.

Zusätzlich zu den genannten ökonomischen Gründen dürfte allerdings auch ein statistischer Effekt zum Anstieg der Häufigkeit der Preisanpassungen beigetragen haben. Im Jahr 2000 wurde ein neuer Warenkorb für die Berechnung des VPI eingeführt sowie einige weitere Verbesserungen in der Preiserhebung von Statistik Austria vorgenommen. Dadurch sollten fehlerhafte und mangelhafte Erhebungen, die sich in der Statistik oftmals als unveränderte Preise widerspiegeln, minimiert werden und zudem die strukturellen Änderungen auf den österreichischen Verbrauchermärkten – mehr Supermärkte, weniger Fachgeschäfte – abgebildet werden. Es ist möglich, dass sich diese Verbesserungen in der Datenerhebung in den vorliegenden Berechnungen als eine über die Zeit gestiegene Preisänderungshäufigkeit niederschlagen.

²⁴ Ercolani und Dutta (2006).

Durch die Euro-Bargeldumstellung hat sich auch das Preisgefüge in Österreich verändert. Vor der Bargeldumstellung war der österreichische Einzelhandelsmarkt (und in geringerem Ausmaß auch der Dienstleistungsmarkt) durch einen hohen Anteil an attraktiven Preisen gekennzeichnet. Bei genauer Umrechnung geht deren Signalcharakter aufgrund der Währungsrelation von 13,7603 ATS = 1 EUR verloren. Nach der Bargeldumstellung zeigte sich dies an einem vorübergehenden Einbruch des Anteils der attraktiven Preise an allen in der Datenbasis enthaltenen Preisen. In den Folgemonaten, vor allem aber nach dem Ende der doppelten Preisauszeichnungspflicht im Februar 2002, erhöhte sich der Anteil der attraktiven Preise wieder sukzessive. Dies deutet darauf hin, dass sich das Preisgefüge in Euro nach einer gewissen Übergangszeit wieder weitgehend dem aus der Zeit vor der Bargeldumstellung bekannten Preisgefüge angeglichen hat. Die Verwendung von attraktiven Preisen im österreichischen Einzelhandel hat somit auch nach der Bargeldumstellung eine ähnlich wichtige Bedeutung wie davor.

Wenn man davon ausgeht, dass attraktive Preise Signalcharakter besitzen und Konsumenten eine Orientierungshilfe im Preisgefüge bieten, verursacht ein verändertes Preisgefüge mit weniger attraktiven Preisen auf Konsumentenseite kurzfristig höhere Kosten – etwa in Form von Suchkosten. Aus diesem Blickwinkel ist es zu begrüßen, dass die doppelte Preisauszeichnung nur eine relativ kurze Zeit nach der Bargeldumstel-

lung verpflichtend war, damit sich das neue Preisgefüge in Euro rasch festigen konnte und dadurch den Verbrauchern bessere Orientierung bei ihren Kaufentscheidungen bietet.

Die Frage der Häufigkeit von attraktiven Preisen ist auch aus geldpolitischer Sicht relevant, da attraktive Preise gemäß einer Reihe von Länderstudien zur Preissetzung im Euroraum übereinstimmend als ein Bestimmungsfaktor für bestehende Preisrigiditäten identifiziert wurden.²⁵ Demnach macht es für viele Firmen offenbar Sinn, kleine Preisänderungen zu vermeiden und dadurch Preisanpassungen hinauszuzögern, um die neuen Preise wieder auf attraktivem Niveau setzen zu können. Diese verzögerte Preisanpassung kann sich in der Folge auf Makroebene als erhöhte Persistenz der Inflationsrate niederschlagen. Das Ausmaß der Inflationspersistenz wiederum bestimmt die Anpassungsgeschwindigkeit des gesamten Wirtschaftssystems auf verschiedene makroökonomische Schocks und ist auch für die Übertragung von geldpolitischen Impulsen auf die Realwirtschaft mitverantwortlich.

Da jegliche Änderung im Preissetzungsprozess einen nicht vernachlässigbaren Einfluss auf die Übertragung der Geldpolitik hat, wird die OeNB Fragen zur Häufigkeit und Ausmaß von Preisanpassungen und des Preisgefüges auch in Zukunft weiter untersuchen. Dabei sollten auch neue Datenquellen, die ebenfalls Einzelpreise enthalten (wie z. B. Produzentenpreise oder Importpreise), in die Analyse einbezogen werden.²⁶

²⁵ Dhyne et al. (2006).

²⁶ Lünnemann und Wintr (2006) untersuchen beispielsweise die Änderungshäufigkeit von Preisen im Internet und stellen dabei fest, dass Internetpreise – zumindest in den Ländern des Euroraums – flexibler als Preise im Einzelhandel sind. Der Absatzkanal kann somit einen Einfluss auf die Flexibilität von Preisen ausüben.

Literaturverzeichnis

- Basu, K. 1997.** Why Are So Many Goods Priced to End in Nine? And Why This Practice Hurts the Producers. In: *Economics Letters* 54. 41–44.
- Baumgartner, J., E. Glatzer, F. Rumler und A. Stiglbauer. 2005.** How Frequently Do Consumer Prices Change in Austria? Evidence from Micro CPI Data. EZB Working Paper 523.
- Bergen, M., H. Chen, R. Kauffman, D. Lee und D. Levy. 2006.** Making Sense of Ignoring Cents: Price Points and Price Rigidity under Rational Inattention. Bar-Ilan University and Carlson School of Management University of Minnesota Working Paper. Mimeo.
- Deutsche Bundesbank. 2002.** Die Verbraucherpreise beim Übergang von der D-Mark auf den Euro. In: *Monatsbericht* Juli.
- Deutsche Bundesbank. 2004.** Der Euro und die Preise: zwei Jahre später. In: *Monatsbericht* Jänner.
- Dhyne, E., L. J. Álvarez, H. Le Bihan, G. Veronese, D. Dias, J. Hoffmann, N. Jonker, P. Lünemann, F. Rumler und J. Vilmunen. 2006.** Price Changes in the Euro Area and the United States: Some Facts from Individual Consumer Price Data. In: *Journal of Economic Perspectives* 20(2). 171–192.
- Ercolani, M. G. und J. Dutta. 2006.** The Euro-changeover and Euro-inflation: Evidence from EuroStat's HICP. University of Birmingham. Mimeo.
- Fluch, M. und F. Rumler. 2005.** Preisentwicklung in Österreich nach dem EU-Beitritt und in der Währungsunion. In: *Geldpolitik & Wirtschaft* Q2/05. OeNB. 75–96.
- Fluch, M. und H. Stix. 2005.** Wahrgenommene Inflation in Österreich – Ausmaß, Erklärungen, Auswirkungen. In: *Geldpolitik & Wirtschaft* Q3/05. OeNB. 25–54.
- Kwapil, C. und F. Rumler. 2005.** Preisbildung in Österreich – Ergebnisse aus dem Eurosystem Inflation Persistence Network. In: *Geldpolitik & Wirtschaft* Q4/05. OeNB. 52–66.
- Lünemann, P. und L. Wintr. 2006.** Are Internet Prices Sticky? Banque Centrale du Luxembourg *Cahier d'Études* 22.